

УДК 004.92

## СТВОРЕННЯ АНІМАЦІЙНОЇ ВІДЕОРЕКЛАМИ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 186 ДЛЯ ЗАЛУЧЕННЯ АБІТУРІЄНТІВ

*Вовк О.В., к.т.н., доцент, кафедра МСТ, ХНУРЕ*

*Чуб Л.О., студентка, кафедра МСТ, ХНУРЕ*

**Анотація.** Анімаційна відеореклама є необхідним інструментом для привертання уваги абітурієнтів до спеціальності 186. Завдяки кольоровим та динамічним візуальним ефектам, було створено анімаційну відеорекламу. Ця інноваційна форма реклами привертає увагу абітурієнтів.

**Ключові слова:** ВІДЕО, ДИЗАЙН, ВІЗУАЛ, АНІМАЦІЯ, РЕКЛАМА.

Створення анімаційної відеореклами для залучення абітурієнтів на спеціальність 186 є важливим етапом в просуванні та залученні студентів на цю програму. Анімація є одним з найбільш ефективних засобів комунікації, оскільки вона може захопити увагу аудиторії та сприяти запам'ятовуванню інформації. В контексті реклами спеціальності 186, яка має привернути абітурієнтів, використання анімації стає ключовим чинником успіху [1, 2].

Основна ідея анімаційної відеореклами для залучення абітурієнтів на спеціальність 186 полягає у презентації спеціальності як інноваційної, захоплюючої та перспективної. Основним повідомленням є історія абітурієнта, який приходить в університет та бачить студентів, які показують напрямки спеціальності 186.

Етапи створення анімаційної відеореклами:

- розроблення концепції;
- складання сценарію;
- відмалювання елементів;
- розробка анімації;
- додавання звуку;
- тестування та оптимізація.

Кольорове оформлення було обрано відповідно брендів кольорів кафедри МСТ [3, 4]. Додано також суміжні кольори, щоб зробити оформлення ще більш гармонійним та привабливим для аудиторії [5].

Персонажі та додаткові елементи було створено в Adobe Illustrator. Illustrator працює з векторною графікою, що дозволяє створювати об'єкти, які можна масштабувати без втрати якості. Це особливо важливо для створення персонажів, які можуть використовуватися на різних розмірах екранів.

Анімація (рис. 1) була створена за допомогою Adobe After Effects і Duik, які являють собою потужні інструменти для створення анімаційних відеороликів, зокрема для анімації персонажів. After Effects дозволяє створювати рухливі об'єкти, ефекти та переходи між сценами.

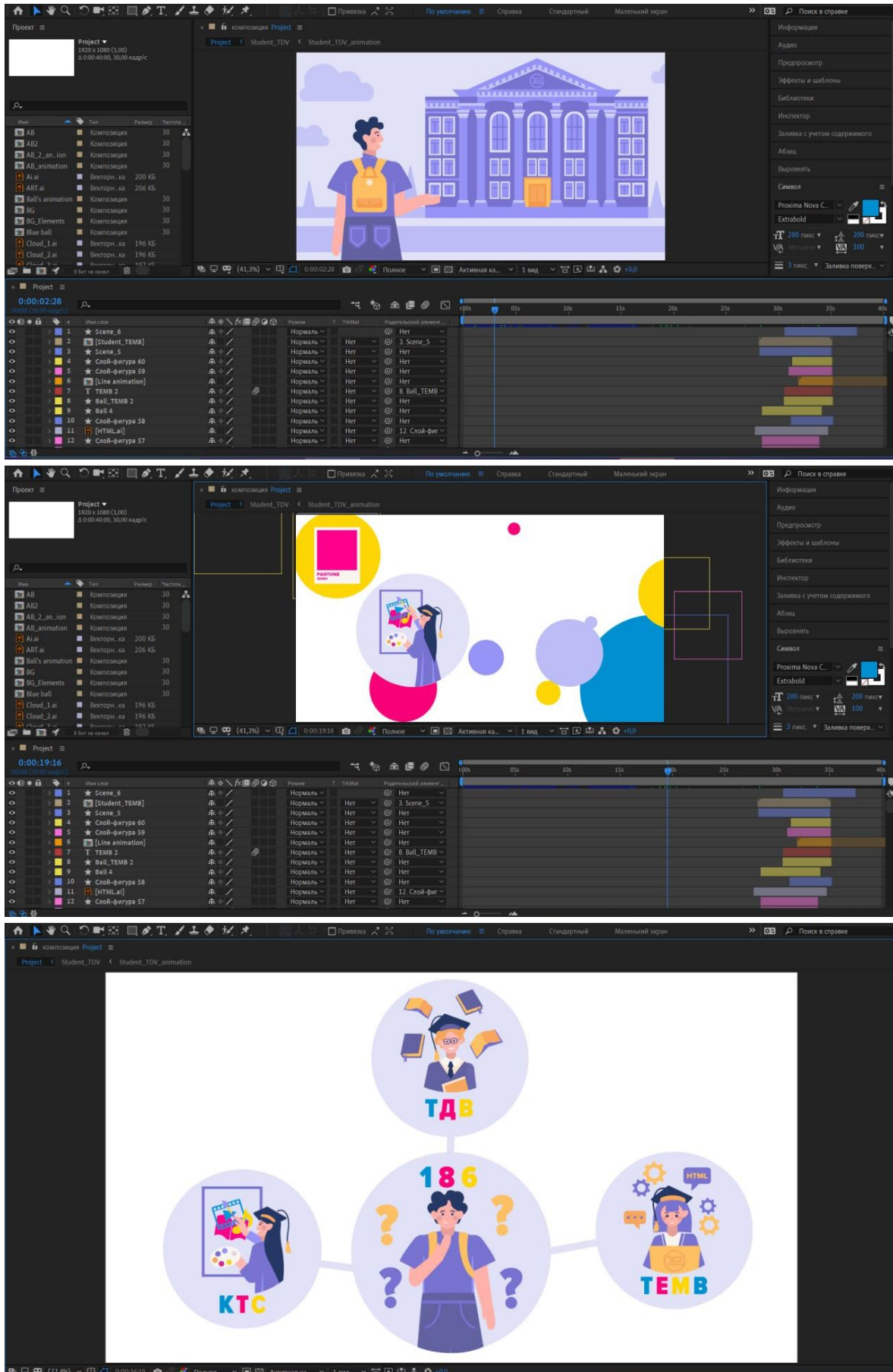


Рисунок 1 – Приклади відеоролика

Анімуючи рухи камери, тексту і графічних елементів, створюючи динамічні візуальні ефекти для відеореклами. Duik є плагіном для After Effects, спеціально розробленим для анімації персонажів. Він дозволяє створювати складні рухи, регулювати скелетну структуру персонажів, а також виконувати інші складні операції, необхідні для анімації персонажів. Перевагою використання After Effects та Duik разом є те, що вони інтегруються між собою, що спрощує роботу з анімацією персонажів у відеорекламі.

Добре підібрана музика може створити атмосферу і підкреслити настрій реклами. Важливо, щоб звуковий супровід і зображення у анімаційній відеорекламі доповнювали одне одного.

Отже, використання анімації дозволяє створити привабливу та ефективну відеорекламу, яка може значно підвищити зацікавленість та залучення аудиторії. Важливо проходити крок за кроком у процесі створення анімаційної відеореклами, від розроблення концепції до тестування та оптимізації готового продукту. В цілому, успішна анімаційна відеореклама для залучення абітурієнтів на спеціальність 186 потребує ретельного планування, створення відповідного контенту та ефективного використання анімації та звукового супроводу.

#### Література.

1. Чеботарьова, І.Б., & Баришева, В.С. (2021). Дослідження засобів підвищення ефективності реклами. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Т. 1. (с.141-143).
2. Харченко, В.М., Чеботарьова, І.Б., & Яценко, Л.О. (2021). Аналіз електронної реклами закладів вищої освіти Харкова у соціальній мережі INSTAGRAM. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Т. 2. (с. 30-34).
3. Ткаченко, В.П., Чеботарьова, І.Б., & Челомбїтько, В.Ф. (2019). Кафедра медіасистем та технологій: 75 років на освітянській ниві. ТОВ «Друкарня Мадрид».
4. Доценко, Д.В., & Чеботарьова, І.Б. (2021). WEB-сайт університету як інструмент маркетингових комунікацій. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Т. 2. (с. 12-17).
5. Калиновський, К.Ю., & Вовк, О.В. (2020). Принципи гештальту у створенні відео. Друкарство молоде. (с. 56-57).